

# Le Baromètre de la confiance - Vague 6

Présentation des résultats

*20 septembre 2013*



# Sommaire

<b>1</b>		
<b>Présentation de l'étude</b>		<b>03</b>
<b>2</b>		
<b>Principaux résultats</b>		<b>07</b>
<b>2.1</b>		
En préambule, les habitudes de don		08
<b>2.2</b>		
L'état de la confiance		13
<b>2.3</b>		
Les leviers de la confiance		18
<b>2.4</b>		
La marque d'agrément		24
<b>2.5</b>		
Contrôles et règles de bonne conduite à faire appliquer		27
<b>3</b>		
<b>En conclusion</b>		<b>30</b>



**Auteurs TNS Sofres**  
Wandrille RIBLIER  
Caroline LABENERE

**Septembre 2013**  
18TJ50 | © TNS

Ce document a été rédigé dans le respect des procédures  
Qualité de TNS Sofres

Il a été validé par Wandrille RIBLIER, directeur associé



# 1

## Présentation de l'étude





## Échantillon

- **Echantillon national de 1052 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, sélectionnées par la méthode des quotas (sexe, âge, CSP du Chef de ménage, région et taille d'agglomération).



## Mode de recueil

- Enquête réalisée **en face à face**, à domicile, par les enquêteurs du réseau TNS Sofres (support CAPI), dans le SOFOP, omnibus de TNS Sofres spécialisé dans les enquêtes d'opinion.



## Dates de terrain

- Le terrain s'est déroulé **du 29 août au 2 septembre 2013**

# 2

## Principaux résultats

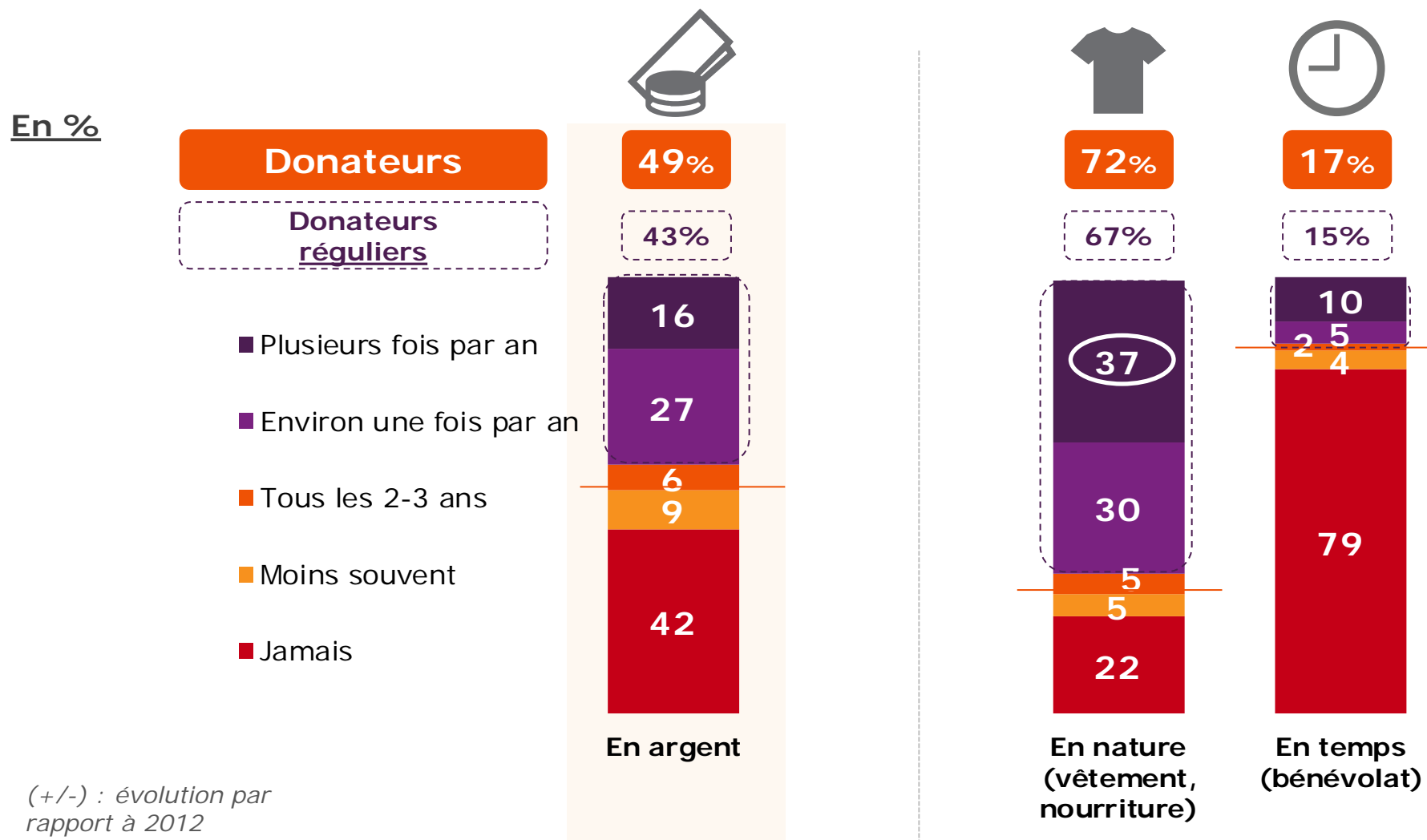


# 2.1

En préambule, les habitudes de don



1 Français interrogé sur 2 déclare donner de l'argent aux associations et fondations. L'habitude de don *en nature* semble nettement plus répandue.



F11 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique ?

Base : Ensemble – n = 1052

# En 2013, la part des donateurs en argent faiblit très légèrement par rapport à celle des non donateurs

En %



Don en argent



Rappel à titre indicatif (ancienne échelle)

% ST Oui (« Régulièrement + de temps en temps + très occasionnellement »)



Don en nature



Don en temps



F11 : Vous arrive-t-il d'aider des associations ou fondations faisant appel à la générosité publique ?

Base : Ensemble - n = 1052





## Les Donateurs en argent (Ensemble : 49%) sont plus nombreux chez...

- + Les 50 ans et plus : 55% (dont les 50-64 ans : 59%)
- + Les Catholiques pratiquants réguliers : 58%
- + Les diplômés de l'enseignement supérieur : 61%
- + Les CSP+ : 64% / Les catégories aisées (Revenu  $\geq$  3 700€) : 70%
  
- + Les donateurs en nature : 54% / Les bénévoles : 61%
- + Les confiants à l'égard des associations/fondations : 64%



## Les Donateurs en nature (Ensemble : 72%) sont plus nombreux chez...

- + Les femmes : 78%
- + Les 35-49 ans : 79%
- + Les catégories aisées (Revenu  $\geq$  3 700€) : 82%
  
- + Les donateurs en argent : 81% / Les bénévoles : 88%
- + Les confiants à l'égard des associations/fondations : 80%



## Les Bénévoles (Ensemble : 17%) sont plus nombreux chez...

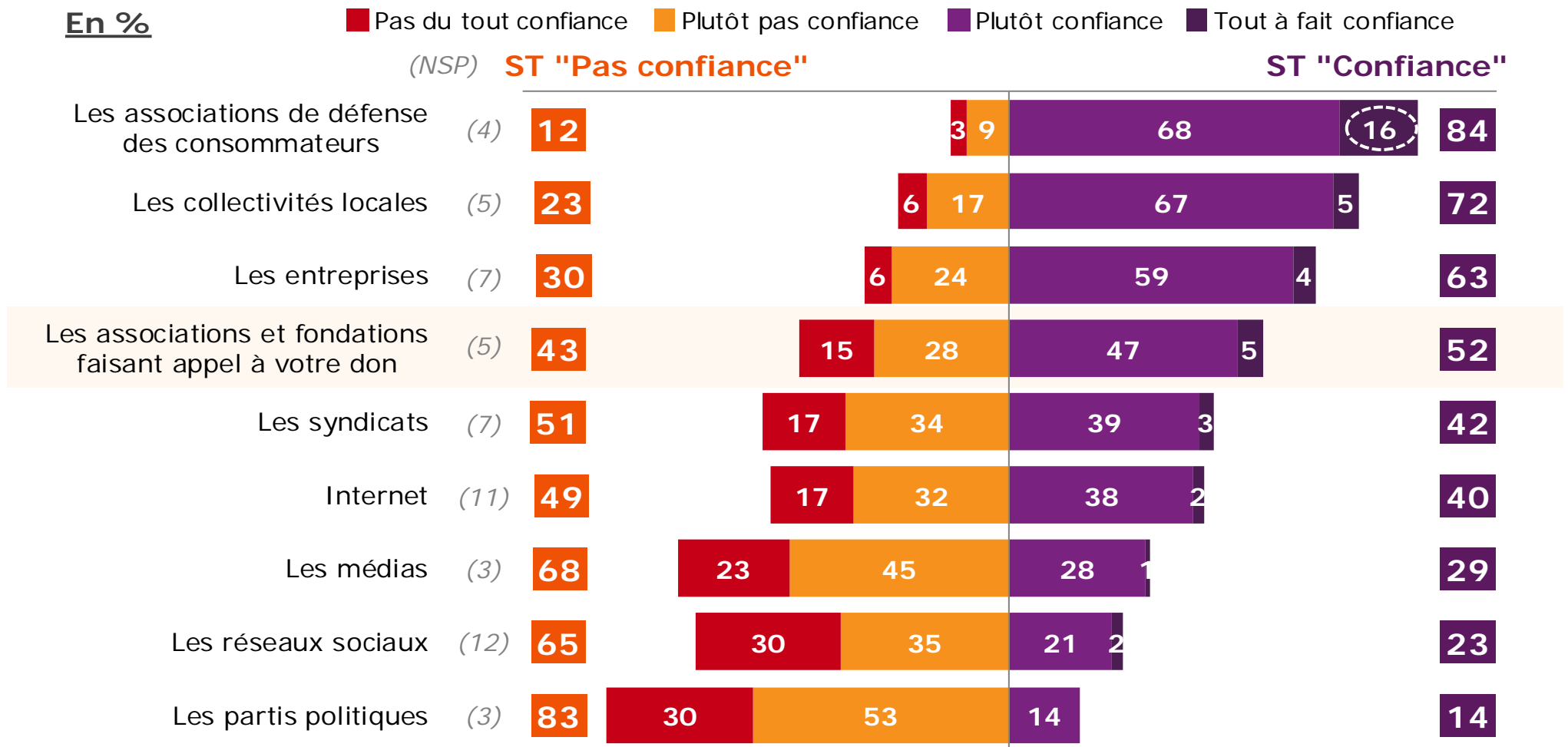
- + Les diplômés de l'enseignement supérieur : 21%
  
- + Les donateurs en argent : 21% / Les donateurs en nature : 21%

# 2.2

## L'état de la confiance



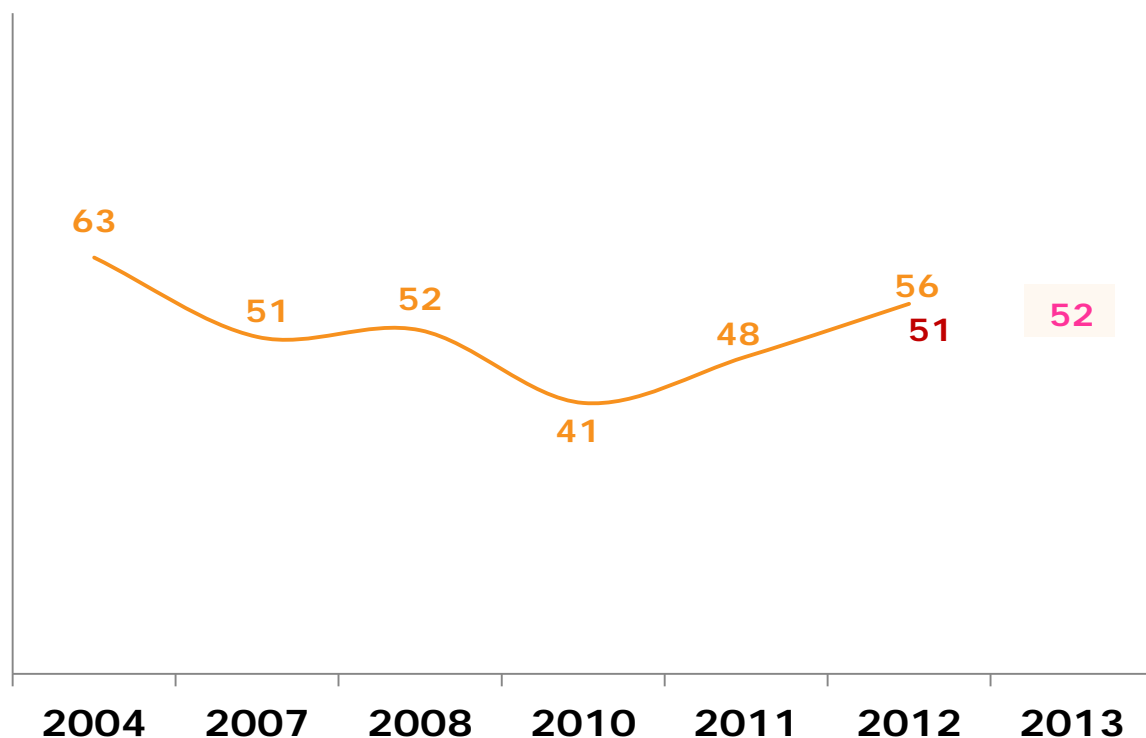
Les associations et fondations « faisant appel aux dons » suscitent la confiance d'1 Français sur 2, un score un peu moindre que celui des entreprises, des collectivités et des associations de défense des consommateurs.



F1 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?  
 Base : Ensemble – n = 1052

En 2013, ils sont toujours une petite moitié à déclarer faire confiance aux associations et fondations.

ST "Confiance"  
(en %)



Les associations et fondations faisant appel

...à la générosité publique

...à votre don

...aux dons

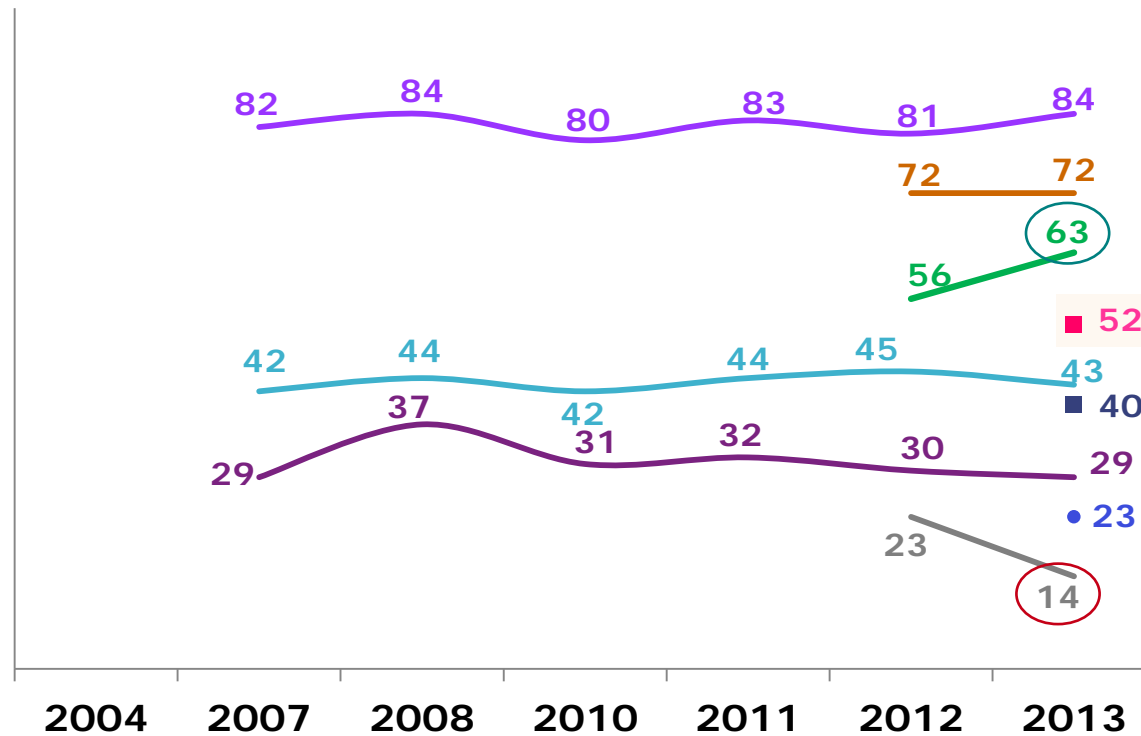
52

F1 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble / \* Moitié de l'échantillon

Parallèlement, le crédit des entreprises s'améliore, alors que le fossé avec les partis politiques se creuse.

ST "Confiance"  
(en %)



- Les associations de défense des consommateurs
- Les collectivités locales
- Les entreprises
- Les associations et fondations faisant appel à votre don
- Les syndicats
- Internet
- Les médias
- Les réseaux sociaux
- Les partis politiques

F1 Diriez-vous que dans l'ensemble vous avez tout à fait confiance, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans ... ?

Base : Ensemble



## Les Confiants dans les associations et fondations (Ensemble : 52%) sont plus nombreux chez...

- + Ceux qui ont une **sensibilité politique de gauche** : 58%
  - + Les habitants de **Région Parisienne** : 62%
  - + **Les CSP+** : 64% (*dont les cadres sup.* : 74%)
  - + **Les catégories aisées** (Revenu  $\geq$  3 700€) : 67%
  - + **Les diplômés de l'enseignement supérieur** : 68%

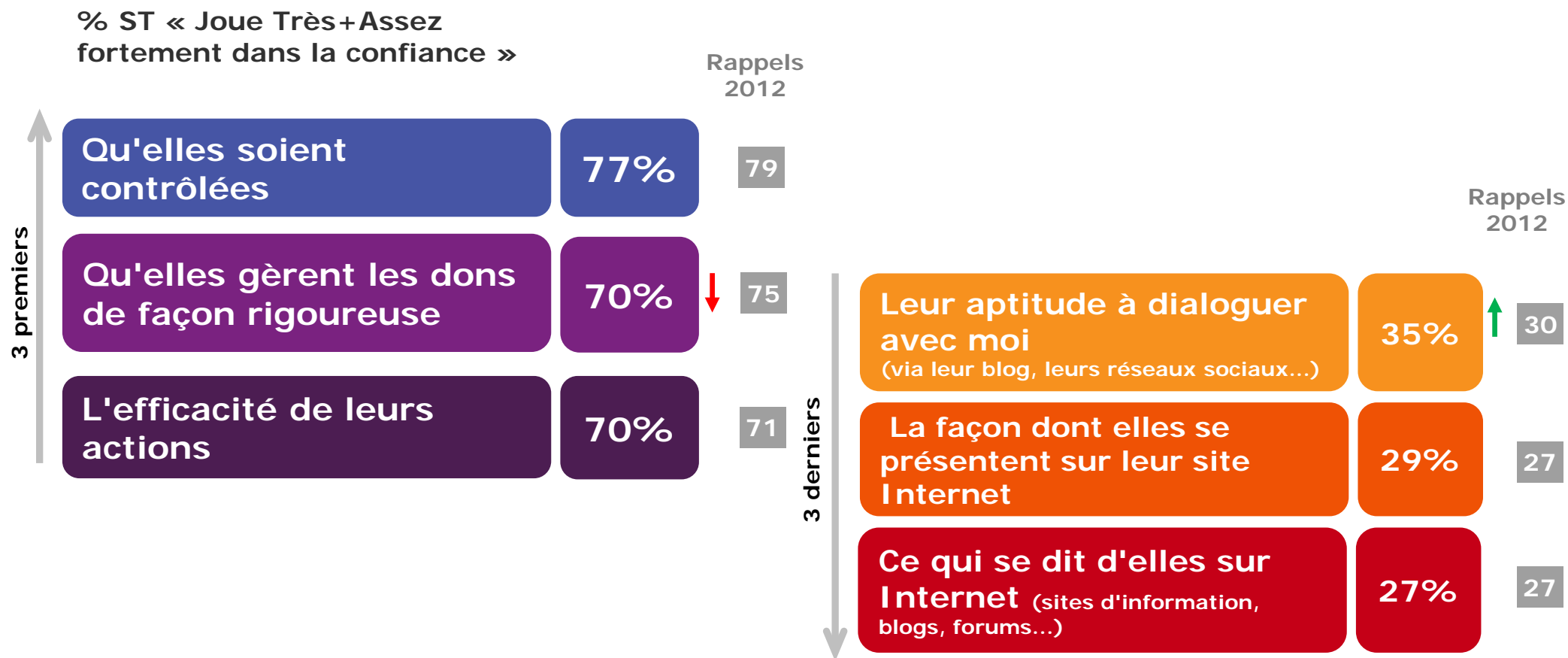
+ Les **donateurs (en argent)** : 69% / Les donateurs en nature : 57% / Les bénévoles : 61%

# 2.3

## Les leviers de la confiance



# Top 3 / Bottom 3 : un léger 'desserrement' sur la rigueur de la gestion, tandis que la posture de dialogue via les réseaux sociaux semble un peu plus attendue



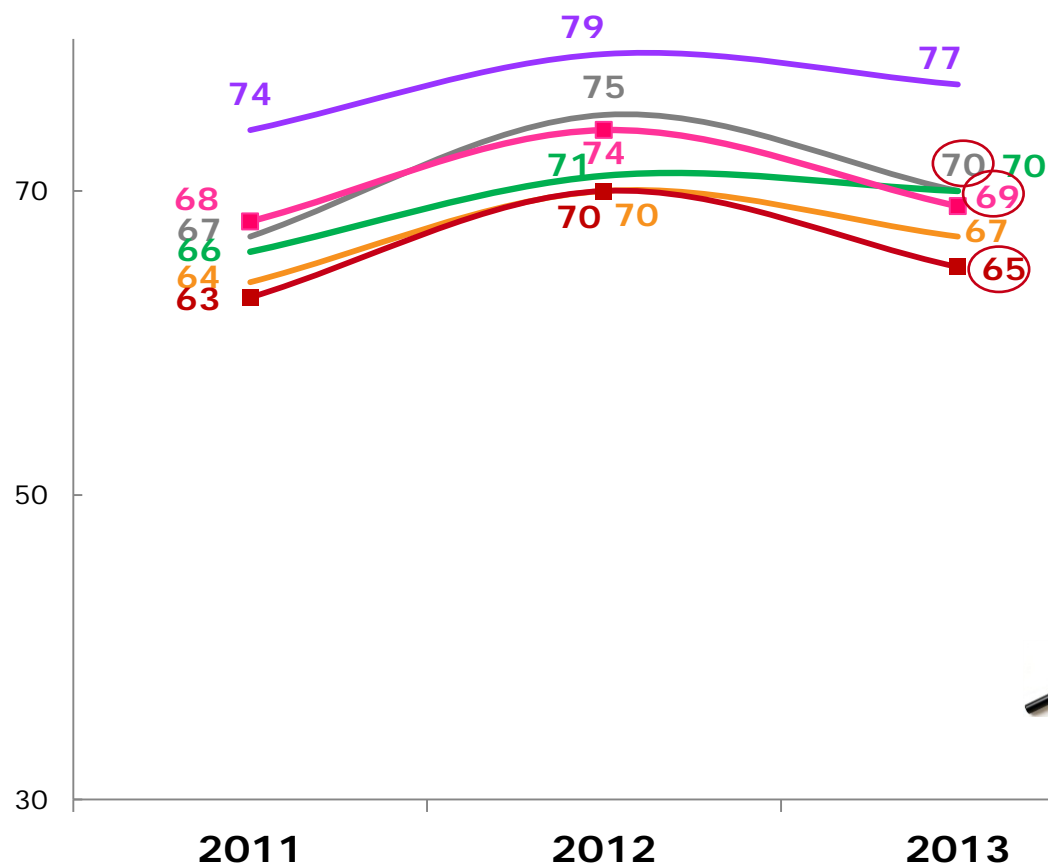
F2 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel à la générosité publique.

Base : Ensemble - n = 1052



# Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations (1/2) : la crispation autour des garanties de bonne gestion s'atténue un peu

% ST « Joue Très+Assez fortement dans la confiance »



**Qu'elles soient contrôlées**

Qu'elles gèrent les dons de façon rigoureuse

**L'efficacité de leurs actions**

**Qu'elles affichent clairement leur vocation et qu'elles s'y tiennent**

**Qu'elles affectent les dons aux actions précises que l'on souhaite soutenir**

**Leur transparence financière**

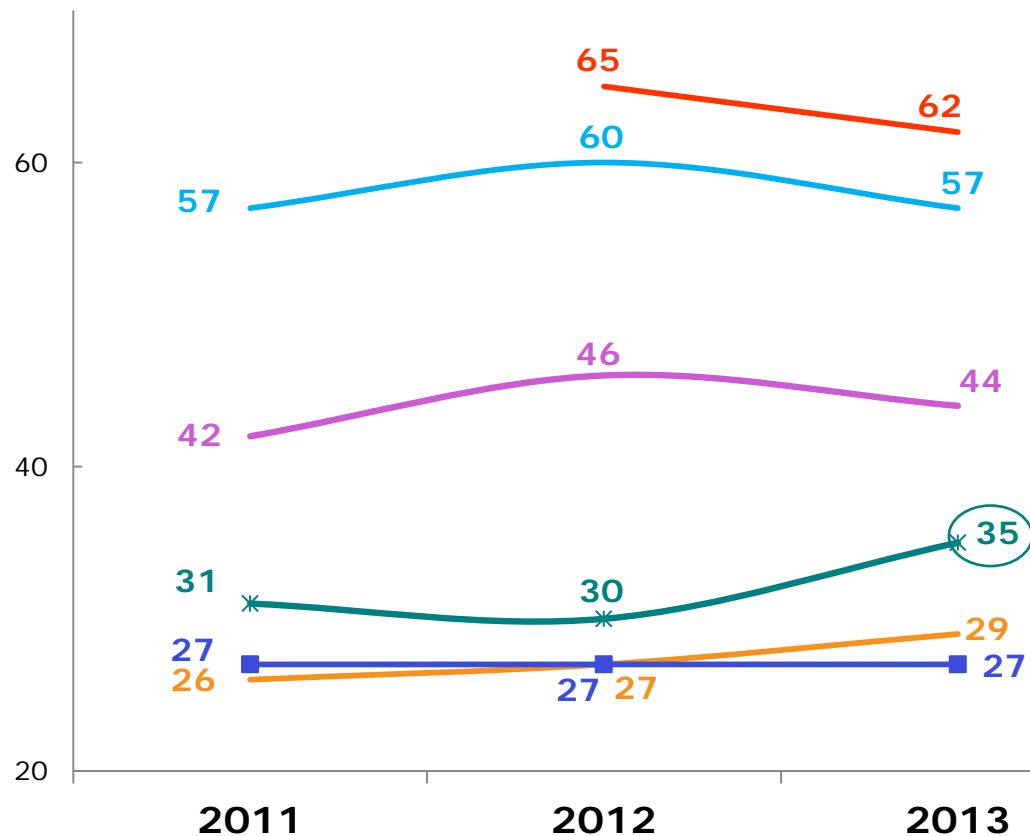


+ Après des donateurs, on note une prime aux garanties de bonne gestion (sans fléchissement) et aux garanties d'utilité sociale

F2 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel à la générosité publique. Base : Ensemble

# Leviers de confiance à l'égard des associations et fondations (2/2) : en revanche, la présence sur Internet pèse un peu plus

% ST « Joue Très+Assez fortement dans la confiance »



- Le professionnalisme de leur équipe dirigeante**
- Qu'elles communiquent bien avec les donateurs**
- La qualité de ma relation avec elles**
- Leur aptitude à dialoguer avec moi** (via leur blog, leurs réseaux sociaux...)
- La façon dont elles se présentent sur leur site Internet**
- Ce qui se dit d'elles sur Internet** (sites d'information, blogs, forums...)



+ Donateurs et non Donateurs accordent une importance similaire au dialogue sur Internet

F2 Je vais vous citer un certain nombre de critères. Pour chacun d'entre eux, vous m'indiquerez si d'après vous il joue très fortement, assez, moyennement, assez peu ou pas du tout dans la confiance que vous accordez aux associations ou fondations faisant appel à la générosité publique.  
Base : Ensemble

# 2.4

## La marque d'agrément



# Notoriété : la marque d'agrément commence juste à s'installer au sein du grand public



## POUR RAPPEL

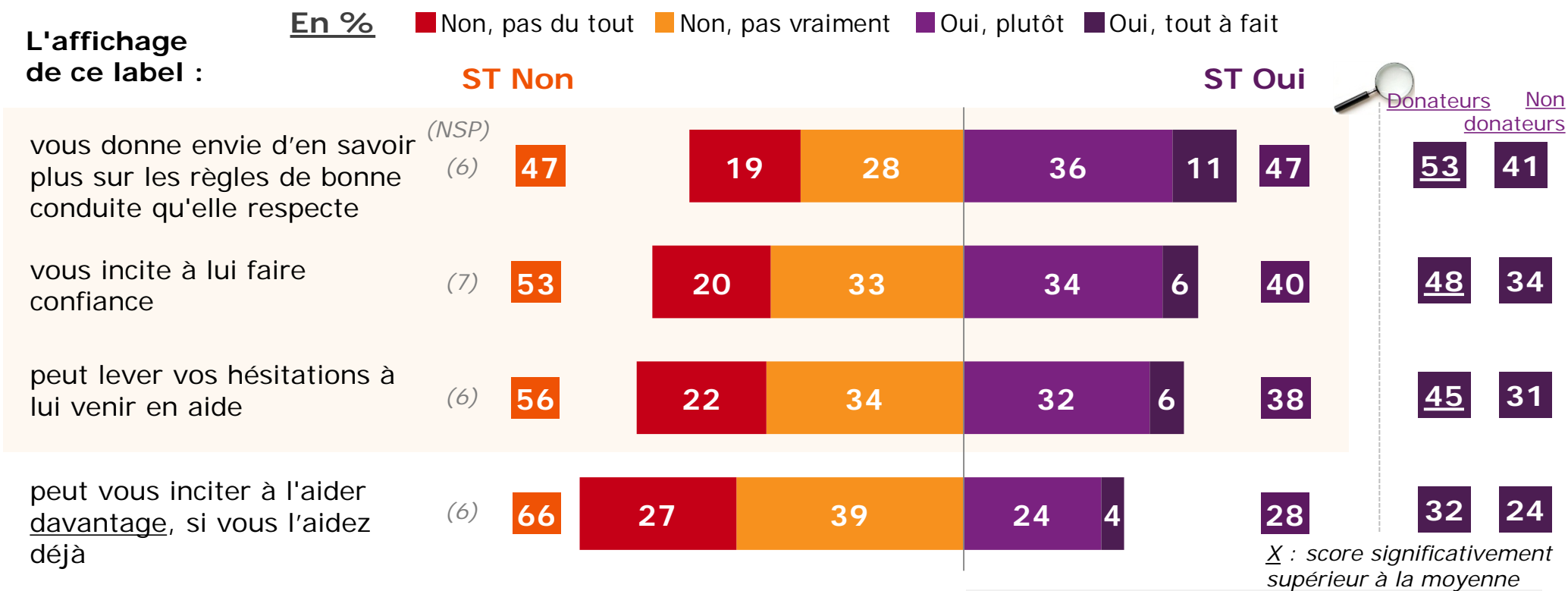
Connaissez-vous ce logo ?

	COMITÉ DE LA CHARTE donner en confiance		AGRÉÉE PAR COMITÉ DE LA CHARTE don en confiance			
	2001	2004	Août 2007	Août 2008	Août 2010	Août 2011
Base : ensemble						
Oui	4%	5%	7%	9%	8%	11%
Non	93%	94%	93%	90%	91%	88%

Base : Ensemble – n = 1052

F10 Connaissez-vous ce label que certaines associations ou fondations affichent sur leurs documents, leurs publicités et leurs courriers ?

# La marque d'agrément incite d'abord à s'informer, selon près d'1 Français sur 2, puis à la confiance et au don



**POUR RAPPEL**  
Diriez-vous que voir une association ou une fondation afficher ce logo vous incite...?

% ST "Incite"	Août 2011
à lui faire davantage confiance	38%
à lui faire un don	27%

F10B On peut voir ce label sur les documents, les courriers et les publicités des associations et fondations qui sont agréées par le Comité de la Charte. Diriez-vous que l'affichage de ce label par une association ou fondation...

Base : Ensemble - n = 1052

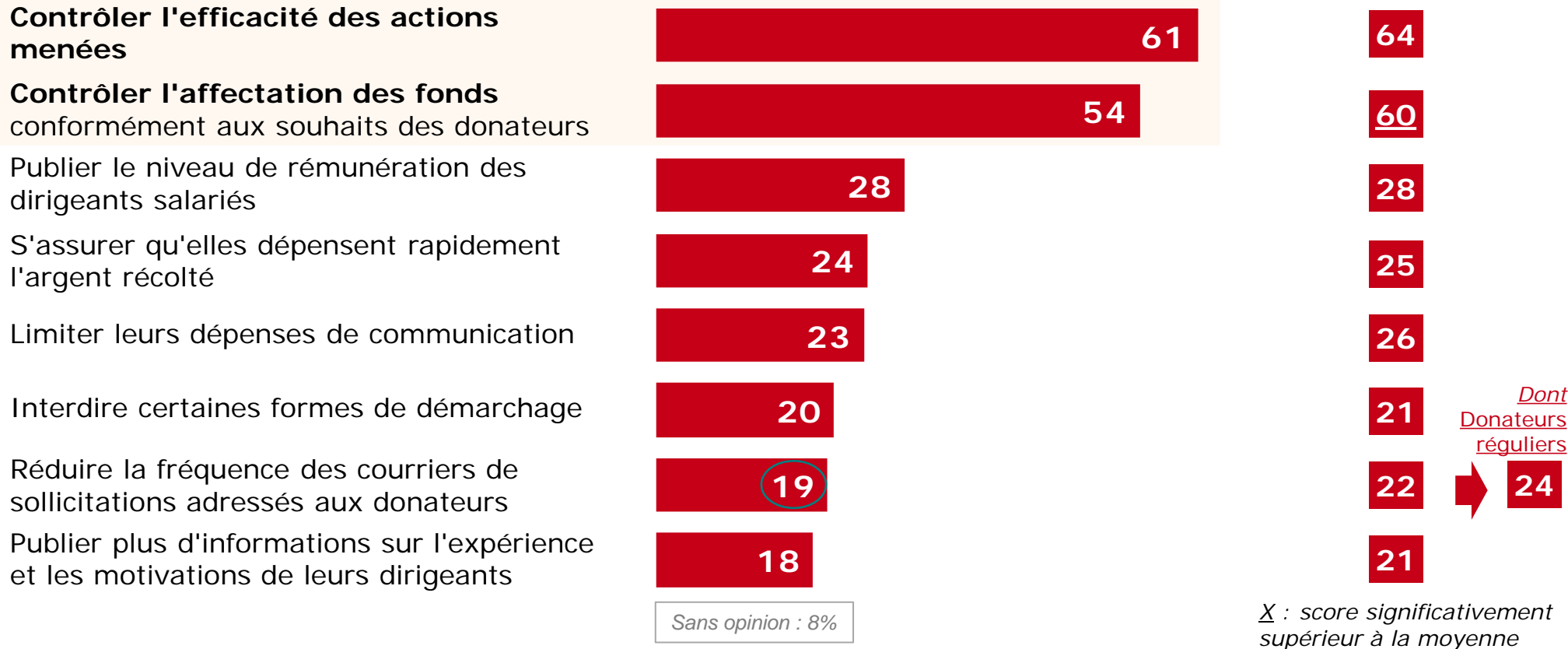
# 2.5

Contrôles et règles de bonne conduite à faire appliquer  
*(nouvelle partie)*



# Le Comité de la Charte est plus attendu sur le contrôle du bon usage des fonds sur l'édiction de règles portant sur la gouvernance ou sur les méthodes de collecte

## % Prioritaire



Base : Ensemble – n = 1052

F40 Le Comité de la Charte est un organisme qui accorde le label "Don en confiance" aux associations et fondations qui respectent les règles qu'il édicte. Il souhaite améliorer ces règles. Parmi les propositions suivantes, quelles sont les plus prioritaires, selon vous, pour augmenter votre confiance ?

# Néanmoins, certaines formes de sollicitations constituent des « irritants » importants



## Etre sollicité(e) par téléphone

Recevoir des courriers de sollicitation contenant des gadgets, des petits cadeaux

Recevoir des courriers trop luxueux

Etre sollicité(e) dans la rue

Etre sollicité(e) par SMS ou par e-mail

Ne pas recevoir de compte-rendu sur ce qu'elle a fait de mon argent

Avoir l'impression qu'une assoc. ou fond. que vous avez aidée avait donné vos coordonnées à d'autres assoc. ou fond. pour qu'elles vous sollicitent aussi

Etre très souvent relancé(e) par une association ou fondation que vous avez aidée



Aucune : 5%  
Sans opinion : 4%



On note un malaise vis-à-vis des sollicitations coûteuses

X : score significativement supérieur à la moyenne

Base : Ensemble – n = 1052

F41 Parmi les choses suivantes, y en a-t-il qui vous incitent plus particulièrement à vous méfier d'une association ou fondation ?

\* Donne au moins une fois par an



# 3

## En conclusion



## Quelques enseignements clés

- ❑ **L'attente d'un contrôle externe sur l'usage des fonds se maintient** : les garanties apportées sur la personnalité des dirigeants et les rémunérations ne suffisent pas à générer la confiance.
- ❑ **L'édiction des règles concernant la sollicitation** n'est pas la 1<sup>ère</sup> priorité, mais peut néanmoins **constituer une réponse aux irritations provoquées par ces formes de collecte**. Parmi elles, les sollicitations coûteuses perçues comme gênantes par environ 4 donateurs sur 10.
- ❑ **Les associations et fondations sont de plus en plus attendues sur les réseaux sociaux, même si ce n'est pas aujourd'hui un levier de confiance primordial**. La façon dont elles s'expriment sur le web, et la diffusion d'une charte de bonnes pratiques à ce sujet, peut peut-être faire partie des chantiers importants du Comité de la Charte.